



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**PENGARUH PEMBIAYAAN *MURABAHAH* DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA BMT EL-SYARI'AH
KEDAWUNG**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Syariah (SE.Sy)
Pada Jurusan Muamalat Ekonomi Perbankan Islam
Fakultas Syariah



Oleh:

ERY KHAERIYAH

58321445

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) SYEKH NURJATI
CIREBON
2012**



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

“Pengaruh Pembiayaan *Murabahah* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada BMT El-Syari’ah Kedawung, 2012”

ERY KHAERIYAH

Fakultas Syari’ah Jurusan Muamalah Ekonomi Perbankan Islam
IAIN Syekh Nurjati Cirebon

ABSTRAK

Mengacu pada undang-undang No. 25 tahun 1992 tentang Perkoperasian dan keputusan menteri no.91/Kep/M.KUKM/IX/2004 tentang petunjuk pelaksanaan koperasi jasa keuangan syariah, menjadikan *Baitul Maal wat Tamwil* (BMT) semakin menunjukkan eksistensinya. Untuk mempertahankan eksistensinya dan agar dapat menciptakan kepuasan nasabah, BMT harus tanggap dalam membaca persaingan seiring dengan perkembangan yang ada baik dari segi kualitas produk maupun kualitas pelayanan. Dan terkait dengan kualitas produk, ada produk pembiayaan yang banyak diminati oleh para nasabahnya yaitu pembiayaan *murabahah*. Oleh karena itu, muncul ketertarikan untuk mengangkat pembiayaan *murabahah* dan kualitas pelayanan dalam sebuah kajian penelitian.

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh pembiayaan *murabahah* terhadap kepuasan nasabah, pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah serta untuk mengetahui bagaimana pengaruh pembiayaan *murabahah* dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan nasabah BMT El-Syari’ah Kedawung.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian *field research* dimana informasi diperoleh melalui wawancara, kuesioner/angket, dokumentasi dan observasi. Pengambilan sampel penelitian menggunakan rumus slovin sehingga diperoleh jumlah responden 66 nasabah. Uji instrumen yang digunakan yaitu uji validitas dan reliabilitas. Karena data berbentuk ordinal maka ditransformasi dahulu menjadi data interval. Kemudian data dianalisis menggunakan uji normalitas, regresi berganda dan uji Multikolinieritas, pengujian hipotesis (uji t/ parsial dan uji F/simultan) serta uji koefisien determinasi.

Dari hasil analisis data menunjukkan bahwa penelitian ini tidak ditemukan adanya multikolinieritas. Dan pembiayaan *murabahah* (X1) secara parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah (Y) pada BMT El-Syari’ah Kedawung karena $t_{hitung} = 2,981$ dan $t_{tabel} = 1,669$ artinya $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_{0-1} ditolak dan H_{a-1} diterima. Serta kualitas pelayanan (X2) secara parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah (Y) pada BMT El-Syari’ah Kedawung dengan hasil $t_{hitung} = 2,553$ dan $t_{tabel} = 1,669$ artinya $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_{0-2} ditolak dan H_{a-2} diterima. Pembiayaan *murabahah* dan kualitas pelayanan secara simultan dan signifikan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah BMT El-Syari’ah Kedawung, dengan hasil $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $9,319 > 3,143$ dan dengan signifikansi $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hasil penelitian ini juga menginformasikan bahwa kontribusi pembiayaan *murabahah* dan kualitas pelayanan hanya sebesar 22,8% terhadap kepuasan nasabah.

Kata Kunci: Pembiayaan *Murabahah*, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Nasabah



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan ekonomi Islam atau yang lazim dikenal dengan ekonomi syari'ah di Indonesia berlangsung begitu pesat. Titik tolak berkembangnya BMT (*Baitul Mâl wat - Tamwil*) di Indonesia diawali dari diskusi panjang tentang gagasan mendirikan bank syari'ah pada tahun 1990. Hasil diskusi yang dilakukan oleh beberapa kalangan, diantaranya para ulama yang tergabung dalam Majelis Ulama Indonesia (MUI) menghendaki didirikannya lembaga keuangan syari'ah pada tahun 1991. Pada tahun 1992, BMT (*Baitul Mâl wat - Tamwil*) merupakan cikal bakal lahirnya bank syari'ah. Kemudian perkembangan BMT semakin marak setelah mendapat dukungan dari Yayasan Inkubasi Bisnis Usaha Kecil (YINBUK) yang diprakarsai oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI).¹

Seiring dengan hal tersebut, lembaga keuangan syari'ah yang ruang lingkupnya mikro, mengacu pada undang-undang Nomor 25 tahun 1992 tentang Perkoperasian dan keputusan menteri no.91/Kep/M.KUKM/IX/2004 tentang petunjuk pelaksanaan koperasi jasa keuangan syariah yaitu *Baitul Mâl wat - Tamwil* (BMT) juga semakin menunjukkan eksistensinya. Untuk mempertahankan eksistensinya,

¹ Muhamad, *Perkembangan Bisnis dan Keuangan Syariah di Indonesia dalam Bank Syariah, Analisis Kekuatan, Kelemahan, dan Ancaman*, (Yogyakarta: Ekonisia. 2006), hlm. 135



BMT harus tanggap dalam membaca persaingan seiring dengan perkembangan ekonomi.

Keberadaan BMT (*Baitul Mâl wat - Tamwil*) di Indonesia cukup banyak dan khususnya di Jawa Barat yang jumlahnya mencapai lebih dari 600 unit, sesungguhnya merupakan potensi penggerak ekonomi yang cukup signifikan. Hal itu disebabkan, secara konseptual BMT (*Baitul Mâl wat - Tamwil*) akan diarahkan untuk membina usaha kecil yang lahir dan tumbuh dari kalangan masyarakat menengah ke bawah, khususnya pada masyarakat pedesaan. Namun, kehadiran BMT (*Baitul Mâl wat - Tamwil*) hingga kini belum dapat memberikan sumbangan yang signifikan bagi pertumbuhan ekonomi kelas bawah dan pertumbuhan usaha kecil sebagaimana yang diharapkan. Sebaliknya, beberapa kelemahan dan penyakit diderita oleh BMT yang masih balita, kini menjadi beban sekaligus tantangan bagi pihak-pihak terkait untuk menyelamatkan dari kematian dini. Beberapa kelemahan dan penyakit yang kini dirasakan oleh BMT umumnya berkisar pada lemahnya sumber daya manusia, manajemen, fasilitas, servis, permodalan, dan lain sebagainya. Kelemahan-kelemahan tersebut pada gilirannya berujung pada sulitnya menumbuhkan kepercayaan masyarakat luas (*public trust*) dan sulitnya menciptakan kepuasan nasabah terhadap jasa dan pelayanan yang bisa diberikan BMT (*Baitul Mâl wat Tamwil*).² Hal tersebut dikarenakan secara umum, paradigma pemasaran yang berkembang selama ini adalah perusahaan membuat produk kemudian menawarkannya kepada konsumen agar

² Engkos Sadrah, *BMT Dan Bank Islam: Instrumen Lembaga Keuangan Syari'ah*, (Bandung: Pustaka Bani Quraisy. 2004), hlm. 81-82



komsumen bersedia untuk membeli produk tersebut. Namun pada saat ini, konsep pemasaran perusahaan atau lembaga keuangan telah bergeser dari *product oriented* (orientasi produk) menjadi *customer oriented* (orientasi konsumen), di mana tidak hanya memperhatikan mutu atau kualitas dari produk tetapi juga memperhatikan kepuasan nasabahnya. Konsep *customer oriented* dapat diterapkan pada perusahaan yang menghasilkan produk dan mutlak diterapkan pada perusahaan yang bergerak di bidang jasa, khususnya jasa keuangan. Bentuk dari konsep *customer oriented* ini adalah perusahaan atau lembaga keuangan harus lebih memperhatikan nasabahnya dengan cara memberikan pelayanan prima dan selalu menjalin hubungan yang baik sehingga memuaskan keinginan dan kebutuhan nasabah.

Dan mulailah banyak lembaga keuangan yang menetapkan kepuasan nasabah sebagai prioritas puncak, meningkatkan komunikasi dan pengetahuan nasabah, memperkuat dukungan pelayanan dan hubungan yang erat, dan mengimplikasikan falsafah yang berorientasi konsumen.³ Perusahaan-perusahaan perbankan dan lembaga-lembaga keuangan syari'ah, khususnya BMT El-Syari'ah Kedawung juga mulai terdorong untuk lebih memperkuat basis strateginya dengan konsep-konsep seperti *customer focused* atau *market oriented culture* untuk tetap dapat mengakses pasarnya secara menguntungkan dan menjamin pertumbuhan berkelanjutan. Hal itu dikarenakan nasabah saat ini sudah pintar dan tidak mau dibodohi lagi. Perusahaan atau lembaga keuangan syari'ah harus menempatkan

³ David W. Cravens, *Pemasaran Strategis*, (Jakarta: Erlangga. 1996), hlm. 8



nasabah sebagai raja dalam perusahaan atau lembaga keuangan syari'ah tersebut sehingga setiap elemen perusahaan atau lembaga keuangan syari'ah harus mampu memberikan produk dan pelayanan terbaik kepada nasabah.

Untuk dapat mengikuti persaingan bisnis saat ini semakin tajam, setiap perusahaan atau lembaga keuangan baik konvensional maupun syari'ah di wilayah Cirebon terutama BMT El-Syari'ah Kedawung harus lebih aktif dan lebih agresif dalam merebut posisi pasar dan memenangkan persaingan. Meningkatkan kepentingan untuk mewujudkan kepuasan nasabah, perubahan teknologi yang cepat dan tantangan persaingan global menuntut efektifitas strategi pemasaran untuk mempertahankan dan mengembangkan keunggulan bersaing suatu perusahaan atau lembaga keuangan.

Selain itu, globalisasi perdagangan dunia mengakibatkan perubahan yang cepat pada lingkungan bisnis. Oleh karenanya setiap perusahaan atau lembaga keuangan yang ingin mempertahankan kelangsungan hidupnya haruslah dapat menyesuaikan diri dengan perubahan yang ada dan harus memiliki keunggulan kompetitif. Keunggulan kompetitif dapat dicapai melalui penjualan produk yang berkualitas, harga yang relatif murah, penyerahan yang cepat dan pelayanan yang baik sehingga kepuasan pelanggan (dikenal dengan sebutan nasabah dalam dunia perbankan dan lembaga keuangan) dapat tercapai. Dan salah satu cara untuk mencapai kepuasan nasabah adalah melalui peningkatan kualitas pelayanan dan kualitas produk. Secara umum, produk BMT (*Baitul Mâl wat - Tamwil*) diklasifikasikan menjadi empat produk yaitu produk penghimpunan dana (*funding*),



produk penyalur atau penyedia dana (*lending*), produk jasa, produk *tabarru'* (Zakat, Infaq, Shadaqah, Wakaf, dan Hibah). Adapun produk yang ditawarkan BMT (*Baitul Mâl wat - Tamwil*) sebagai lembaga yang menyediakan dana untuk melakukan pembiayaan yang diajukan oleh nasabah diantaranya, pembiayaan *Murabahah*, *Mudlârabah*, *Musyarakah*, *Qordhul Hasan* dan *As-Salam*. Produk pembiayaan yang ditawarkan BMT (*Baitul Mâl wat - Tamwil*) lebih diarahkan pada pembiayaan usaha kecil hingga menengah dan teknis operasionalnya berpedoman pada fatwa-fatwa DSN-MUI tentang produk-produk keuangan syari'ah.

Berdasarkan realita yang sudah terjadi, hampir di semua lembaga keuangan syari'ah baik bank maupun non bank, nasabah atau mitra usaha banyak memilih untuk melakukan pembiayaan dengan akad *murabahah* (pembiayaan *Murabahah*). Banyaknya jumlah nasabah pembiayaan *Murabahah* dimungkinkan adanya beberapa faktor dan salah satu diantaranya seperti, produk pembiayaan tersebut dapat memuaskan nasabah karena memiliki keunggulan dibandingkan dengan produk lain yang ditawarkan.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka peneliti berminat untuk membahasnya lebih lanjut dan mengangkat permasalahan ini dalam penelitian dengan judul ***“Pengaruh Pembiayaan Murabahah dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada BMT El-Syari'ah Kedawung”***.



B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah, dapat diidentifikasi beberapa masalah penelitian sebagai berikut :

1. Adanya pergeseran paradigma dari *product oriented* (orientasi produk) menjadi *customer oriented* (orientasi konsumen).
2. Untuk mempertahankan kelangsungan eksistensi perusahaan jasa, khususnya jasa lembaga keuangan mikro seperti BMT perlu adanya strategi *customer oriented* (orientasi konsumen) yang mengacu tercapainya kepuasan nasabah (*customer satisfaction*).
3. Di dalam mewujudkan kepuasan nasabah (*customer satisfaction*), perusahaan harus mampu memperhatikan para nasabah, diantaranya dengan cara memberikan pelayanan prima, menyediakan produk yang kompetitif, dan fasilitas kenyamanan lainnya.
4. Faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah, diantaranya adalah kualitas pelayanan dan produk. Salah satu produk yang ditawarkan BMT ialah pembiayaan *Murabahah*. Dan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan produk maka perlu adanya suatu telaah.
5. Pembiayaan *Murabahah* mempengaruhi kepuasan nasabah BMT El- Syari'ah Kedawung.
6. Kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan nasabah BMT El- Syari'ah Kedawung.



C. Pembatasan Masalah

Untuk memfokuskan penelitian, maka perlu adanya pembatasan masalah dari masalah-masalah yang telah diidentifikasi terkait dengan penelitian. Adapun yang dikaji dalam penelitian ini adalah :

1. Faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah, diantaranya adalah kualitas pelayanan dan produk. Salah satu produk yang ditawarkan BMT ialah pembiayaan *Murabahah*.
2. Pembiayaan *Murabahah* mempengaruhi kepuasan nasabah BMT El-Syari'ah Kedawung.
3. Kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan nasabah BMT El-Syari'ah Kedawung.
4. Pembiayaan *Murabahah* dan Kualitas pelayanan secara bersama-sama mempengaruhi kepuasan nasabah BMT El-Syari'ah Kedawung.

D. Rumusan Masalah

Bertitik tolak dari latar belakang diatas, maka yang menjadi bahasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh pembiayaan *Murabahah* terhadap kepuasan nasabah pada BMT El-Syari'ah Kedawung?
2. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada BMT El-Syari'ah Kedawung?



3. Bagaimana pengaruh pembiayaan *Murabahah* dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah pada BMT El-Syari'ah Kedawung?

E. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dan kegunaan yang hendak dicapai dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh pembiayaan *Murabahah* terhadap kepuasan nasabah pada BMT El-Syari'ah Kedawung.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada BMT El-Syari'ah Kedawung.
3. Untuk mengetahui pengaruh pembiayaan *Murabahah* dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah pada BMT El-Syari'ah Kedawung.

F. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan berguna atau bermanfaat baik untuk kemajuan keilmuan maupun praktis. Adapun kegunaan penelitian tersebut adalah sebagai berikut :

1. Kegunaan Ilmiah
 - a. Penelitian ini diharapkan mampu untuk memperkaya khasanah penelitian dan dapat memperluas cakrawala pengetahuan peneliti.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
 - b. Untuk mengetahui pengaruh pembiayaan *Murabahah* dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di BMT El-Syari'ah Kedawung.
 - c. Penulisan hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai salah satu bentuk atau wujud nyata dari penerapan tugas dan fungsi perguruan tinggi, khususnya IAIN Syekh Nurjati Cirebon, yakni *Tri Darma Perguruan Tinggi*, bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya ekonomi perbankan syari'ah.
2. Kugunaan Praktis
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai sumbangan pemikiran bagi dunia ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang Ekonomi Islam mengenai manajemen lembaga keuangan syari'ah.
 - b. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi pihak BMT El-Syari'ah Kedawung dalam mewujudkan kepuasan Nasabah.
 - c. Penulisan hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pedoman atau sebagai bahan evaluasi bagi manajemen BMT El-Syari'ah Kedawung agar dapat dijadikan sebagai masukan untuk perbaikan ke depannya.

G. Sistematika Penulisan

Untuk mendapat gambaran lebih jelas mengenai arah skripsi ini, maka secara global dapat digambarkan sistematika skripsi ini sebagai berikut :



Bab I Pendahuluan, dalam bab ini diuraikan secara garis besar permasalahan penelitian yang meliputi Latar Belakang Masalah, Identifikasi Masalah, Pembatasan Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Kegunaan Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

Bab II Tinjauan Pustaka, bab ini berisi tentang teori umum mengenai Pembiayaan *Murabahah*, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah, BMT (*Baitul Mâl wat - Tamwil*), Penelitian Terdahulu, Kerangka Berfikir, dan Hipotesis Penelitian.

Bab III Metode Penelitian, Bab ini berisi tentang Objek Penelitian, Waktu dan Tempat Penelitian, Jenis Penelitian, Pendekatan Penelitian, Operasional Variabel Penelitian, Jenis Data, Sumber Data, Populasi dan Sampel, Teknik Pengumpulan Data, Instrumen Penelitian, Uji Instrumen Penelitian, dan Teknik Analisis Data.

Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan, Bab ini berisi tentang Hasil Penelitian dan Pembahasan Hasil Penelitian.

Bab V Kesimpulan dan Saran, Dalam bab ini memuat uraian kesimpulan dan saran-saran. Dan pada bagian akhir skripsi ini adalah Daftar Pustaka dan Lampiran-Lampiran.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

DAFTAR PUSTAKA

- Agung, I Gusti Ngurah. 2003. *Statistika Penerapan Metode Analisis Untuk Tabulasi Sempurna dan Tabulasi Tak Sempurna*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Al Arif, M. Nur Rianto. 2010. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Jakarta: Alfabeta
- Ali, Zainuddin. 2008. *Hukum Perbankan Syariah*. Jakarta: Sinar Grafika
- Antonio, Muhammad Syafi'i. 2001. *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani
- Arikunto, Suharsimi. 1989. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Bina Aksara
- , 1996. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Boediono, Wawan Koster. 2002. *Teori dan aplikasi statistic dan probabilitas*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya
- Buchory, Herry Achmad dan Djaslim Saladin. 2006. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank*. Bandung: Linda Karya
- Cravens, David W.. 1996. *Pemasaran Strategis*. Jakarta: Erlangga
- Dewan Syariah Nasional MUI, dan Bank Indonesia. 2006. *Himpunan Fatwa Dewan Syariah Nasional MUI*. Jakarta: Dewan Syariah Nasional MUI-Bank Indonesia
- Hasan, Iqbal. 2009. *Pokok-Pokok Materi Statistik 1 (Statistik Deskriptif)*. Jakarta: PT Bumi Aksara
- Huda, Nurul dan Mohamad Heykal. 2010. *Lembaga Keuangan Syariah : Tinjauan Teoritis dan Praktis*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Irawan, Handi. 2003. *Indonesian Customer Satisfaction Membedah Strategi Kepuasan Pelanggan Merk Pemenang ICSA*. Jakarta: Gramedia
- Irianto, Agus. 2010. *Statistik: Konsep Dasar, Aplikasi, dan Pengembangannya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Jasfar, Farida. 2009. *Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Karim, Adiwarman. 2010. *Bank Islam Analisis Fiqh dan Keuangan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Kasmir. 2008. *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Jilid I*. Jakarta: Erlangga
- Kristianto, Paulus Lilik. 2011. *Psikologi Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS.
- M.N. Nasution. 2004. *Manajemen Jasa Terpadu (Total Service Management)*. Bogor: Ghalia Indonesia
- , 2005. *Manajemen Jasa Terpadu (Total Quality Management)*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Malayu. 2009. *Dasar-Dasar Perbankan*. Jakarta: PT Bumi Aksara



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumunkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

- Muhamad. 2006. *Perkembangan Bisnis dan Keuangan Syariah di Indonesia dalam Bank Syariah, Analisis Kekuatan, Kelemahan, dan Ancaman*. Yogyakarta: Ekonisia
- , 2004. *Sistem dan Prosedur Operasional Bank Syariah*. Yogyakarta: UII Press
- Narbuko, Cholid dan Abu Achamdi. 2007. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT Bumi Aksara
- Nasehuddien, Toto Syatori. 2008. *Metode Penelitian (Sebuah Pengantar)*. Cirebon: STAIN Cirebon
- PINBUK. 2008. *SOM & SOP BMT*. Jakarta: PINBUK Press
- Priyatno, Duwi. 2010. *Paham Analisa Statistik Data Dengan SPSS*. Yogyakarta: Mediakom
- Riduwan dan Engkos Achmad Kuncoro. 2008. *Cara Menggunakan dan Memaknai Analisis Jalur (Path Analysis)*. Bandung: Alfabeta
- Riduwan dan Sunarto. 2007. *Pengantar Statistika untuk Penelitian Pendidikan, Sosial, Ekonomi, Komunikasi, dan Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Rivai, Veithzal dan Andria Permata Veithzal. 2008. *Islamic Financial Management*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Rodoni, Ahmad dan Abdul Hamid. 2008. *Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: Penerbit Zikrul Hakim
- Sadrah, Engkos. 2004. *BMT Dan Bank Islam: Instrumen Lembaga Keuangan Syari'ah*. Bandung: Pustaka Bani Quraisy
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. 2010. *Metodologi Penelitian Pendekatan Praktis dalam Penelitian*. Yogyakarta: ANDI
- Sarwono, Jonathan. 2006. *Analisis Data Penelitian Menggunakan SPSS*. Yogyakarta: ANDI
- Siregar, Syofian. 2010. *Statistika Deskriptif untuk Penelitian*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada
- Stapleton, James J. 2004. *Executive's Knowledge Management Puncak Keunggulan Kompetitif*. Jakarta: Erlangga
- Suchaeri, Heri. 2010. *Dengan Begini Pelanggan Anda Pasti Tersenyum*. Yogyakarta: Rumi Publishing
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV Alfabeta
- , 2010. *Statistik Nonparametris Untuk Penelitian*. Bandung: CV Alfabeta
- , 2011. *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung: CV Alfabeta
- Sunyoto, Danang. 2009. *Analisis Regresi dan Uji Hipotesis*. Yogyakarta: Media Pressindo
- Sutedi, Adrian. 2009. *Perbankan Syariah : Tinjauan dan Beberapa Segi Hukum*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa. 2008. *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi III*. Jakarta: Pusat Bahasa
- Tunggal, Amin Widjaja. 1998. *Manajemen Mutu Terpadu Suatu Pengantar*. Jakarta: Rineka Cipta



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seizin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

Umam, Khotibul. 2009. *Hukum Ekonomi Islam “Dinamika dan Perkembangan di Indonesia”*. Yogyakarta: Insan Lib

Widiana, Muslichah Erma dan Bonar Sinaga. 2010. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Bandung: Karya Putra Darwati

Wiroso. 2005. *Jual Beli Murabahah*. Yogyakarta: UII Press

Yusuf, Ayus Ahmad dan Abdul Aziz. 2009. *Manajemen Operasional Bank Syari'ah*. Cirebon: STAIN Press